

УДК 339.13

Береза Юлія

Bereza Yuliia

Науковий керівник: к.е.н., доцент Н. М. Голда

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ПРАТ «ТЕРА»

ANALYSIS OF THE MARKETING COMMODITY POLICY OF PJSC

«TERA»

Товарна номенклатура підприємства «ТерА» складається з 3 асортиментних ліній, а саме: кондитерські вироби; хлібобулочні вироби та макаронні вироби. Номенклатура ПрАТ є децентралізованою, оскільки формується фабрикою самостійно завдяки дослідженню попиту та пропозиції на ринку. План випуску продукції на ПрАТ «ТерА» у 2018 р. було перевиконано на 2,3%, що є позитивним явищем, оскільки, свідчить про покращення використання виробничих потужностей підприємства і підвищення продуктивності праці. Хоча коефіцієнт використання виробничої потужності підприємства залишається все ще досить низьким і становить 0,43. Використовуючи корисний досвід передових підприємств у галузі харчової промисловості ПрАТ освоїло виробництво 5 нових видів продукції. Неприбуткові товари зняли з виробництва для збільшення прибутку, а саме всі макаронні вироби та крекер, оскільки вони були не конкурентно спроможні, в порівнянні з іншими підприємствами в даній галузі. Основним видом діяльності ПрАТ «ТерА» є виробництво кондитерських виробів, а саме: вафлі, пряники, печиво, зефір, мармелад, драже, східні солодоці, асортимент яких налічує понад 150 видів. Структура виробництва цих товарів показана на рис. 1.

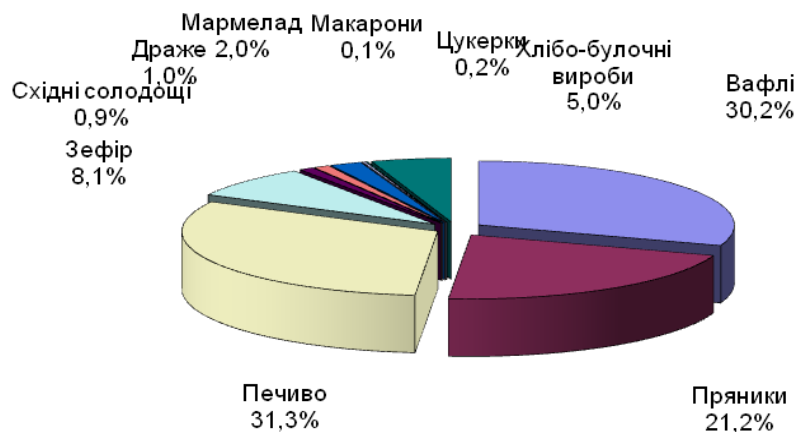


Рис.1. Структура виробництва продукції ПрАТ «ТерА» в 2018 р.

У перспективі керівництво ПрАТ «ТерА» планує збільшити об'єми виробництва та асортимент цукерок, і зараз для цього акумулюються кошти, які підуть на модернізацію діючого та закупівлю нового обладнання. Крім того, частина акумульованих коштів піде на забезпечення активного просування продукції на ринку і на збільшення продажів.

Фірма отримала сертифікати відповідності й гігієнічні сертифікати на всі види продукції, що виготовляє підприємство. ПрАТ «ТерА» має власний товарний знак, який необхідний для впізнаваності продукції на ринку тому його зазначають на упаковці товару. А також на упаковці зазначається маркування із вказівкою всіх даних (термін зберігання, склад, харчова цінність тощо).

Отже, з вище викладеного можна зробити висновок, що керівництво ПрАТ «ТерА» намагається випускати тільки ту продукцію, яка користується попитом і приносить прибутки. Товарний асортимент постійно переглядається та удосконалюється. Уся продукція пройшла сертифікацію та визначена як високоякісна, а от над упаковкою потрібно іще попрацювати.